

**KOMISJA**  
**WSPÓŁPRACY Z ZAGRANICĄ I PROMOCJI REGIONU**  
protokół z posiedzenia 3 / 15 w dniu 9 lutego 2015 roku

Posiedzenie odbyło się w siedzibie Urzędu Marszałkowskiego w Opolu na Ostrówku. Lista obecności członków Komisji, lista zaproszonych gości w załączeniu. Posiedzenie rozpoczęło się o godz 13<sup>00</sup> zakończyło o godz 15<sup>30</sup>. Obrady prowadził Przewodniczący Komisji Norbert Rasch według zaplanowanego porządku obrad.

**Porządek obrad:**

1. Promocja Opolszczyzny w kraju i za granicą, wypracowanie strategicznych kierunków promocji i sposobów realizacji zadań związanych z promocją regionu.
2. Sprawy różne.

**Promocja Opolszczyzny w kraju i za granicą, wypracowanie strategicznych kierunków promocji i sposobów realizacji zadań związanych z promocją regionu.**

N.Rasch – chciałbym, abyśmy dzisiaj zadali sobie pytania i próbowali na nie odpowiedzieć, jaki jest problem z promocją województwa opolskiego i czy jest to dobrze postawione pytanie, bo trzeba przyznać, że na mapie Polski i poza krajem nie jesteśmy wyraźnie widziani. Inicjatorem dzisiejszego spotkania i zaproszenia gości w osobach: Leszek Adamczyk, Karol Cebula, Arkadiusz Wiśniewski i Krzysztof Zyzik jest Andrzej Sałacki. Dzisiejsze spotkanie potraktujemy jako pierwsze rozpoczynające cykl spotkań dot. promocji, na które będą zapraszane jeszcze inne osoby. Zaczniemy od tego, na jakim etapie jesteśmy dziś z promocją.

M.Figiel – realizowaną od lat promocję województwa można różnie oceniać, na pewno zawsze można ją poprawić. W 2007 roku firma krakowska Eskadra zrobiła nam projekt promocyjny, pod hasłem Opolskie kwitnące i ten projekt został przyjęty na sesji Sejmiku. Ten przyjęty projekt promocyjny pokazuje województwo opolskie jako miejsce kameralne, otwarte na mieszkańców, otwarte na województwa ościennie i sąsiadów, głównie Czechów. Trzeba też dodać, że ze względu na pogarszającą się sytuację budżetu na promocję przeznaczane są coraz mniejsze środki, w ostatnim czasie na promocję wykorzystuje się głównie środki unijne. Promocja regionu realizowana jest w wielu Departamentach i jednostkach samorządu województwa.

N.Rasch – kto koordynuje działania promocyjne województwa.

M.Figiel – te działania koordynuje Departament Współpracy z Zagranicą i Promocji Regionu.

A.Sałacki – czy w jakimś stopniu Urząd Marszałkowski współpracuje przy organizacji Festiwalu Polskiej Piosenki w Opolu.

A.Kuglarz – koncert trzeciego dnia, już po oficjalnym zakończeniu Festiwalu finansowany jest ze środków unijnych i w poprzednim roku była to kwota ponad milion złotych.

A.Wiśniewski – tak, Urząd Marszałkowski wspiera finansowo organizację Festiwalu.

A.Sałacki – nie chodzi o to, abyśmy wykazywali, że się różnimy, chodzi o wspólny cel, będzie mapa promocji, zrobimy przysłowiową burzę mózgów. Wątków promocji jest wiele.

E.Kurek - jest członkiem naszej Komisji, ale też jest przewodniczącą Komisji, która zajmuje się turystyką. Festiwal Opolski ogląda ok. 17 mln widzów, jego transmisja to doskonałe miejsce, aby województwo zaistniało w mediach ogólnopolskich. Powinniśmy stworzyć hasło – Odwiedź Opolskie – ale tu musimy wykazać się turystyką, aby przyjezdnych oczarować, a nie rozczarować. Między miastem a województwem nie powinno być granicy, jeśli chodzi o dobrą, efektywną promocję to jest to nasz wspólny interes.

Leszek Adamczyk – dziękuję za zaproszenie na to spotkanie. Moim zdaniem, to spotkanie nie ma na celu rozwiązywania konfliktów, rozwiązywania problemów, ani nawet nie ma na celu polemiki, chodzi nam o ustalenie pewnych zasad. Po pierwsze działamy pozytywnie, wzajemnie sobie ufamy, każdy ma w tej sprawie coś do powiedzenia, określimy nasze oczekiwania i po dyskusji spróbujemy nakreślić oczekiwania i nowe rozwiązania.

Karol Cebula – moim zdaniem już czas rozszerzyć działania, Opolskie kwitnące to za mało, nie ma współdziałania z przedsiębiorcami w obszarze promocji.

Krzysztof Zyzik – powinniśmy w dyskusji jak najbardziej zbliżyć się do tego, abyśmy określili co chcemy promować, jaki stawiamy przed sobą cel.

B.Kamińska – powinniśmy traktować promocje jako inwestycję, a przede wszystkim przeznaczyć na nią więcej środków. Jeżeli ktoś przyjeżdża do nas to w określonym celu, po coś. Powinniśmy określić wspólny potencjał inwestycyjny.

A.Sałaci – powtórzę, że moim zdaniem Festiwal Polskiej Piosenki należy wykorzystać do promocji województwa. Promocje powinniśmy oprzeć na Telewizji regionalnej, powinniśmy promować także naszą Filharmonię, która przecież może być orkiestrą grającą na Festiwalu. Kolejne elementy promocji, na które należy zwrócić uwagę to większe wykorzystanie Internetu, Lokalnych Grup działania oraz agroturystyki.

N.Rasch - powinniśmy postawić diagnozę, dlaczego nam nie wszystko wychodzi, gdzie tkwi problem i co zrobić, aby to zmienić.

A.Wiśniewski – co jest produktem promocyjnym – Opolskie kwitnące – czyli wszystko i nic. Odkryło się już pierwsze spotkanie w sprawie nawiązania współpracy pomiędzy Gmina Opole i samorządem Województwa. Ja gwarantuję otwartość na współpracę, jestem otwarty na propozycje. Odrębne działania nie mają sensu, powinniśmy podjąć wspólne działania w obszarze promocji i mamy tu wiele pól do współpracy.

H.Kołodziej – oczekuję, abyśmy określili cele marketingu regionalnego, spójnego systemu działania, aby powstał spójny system przekazu i byłyby to również wskazania co do przyszłego finansowania.

E.Kurek – co rozumiemy przez promocję i do kogo ją kierować, kogo chcemy do regionu przyciągnąć, powinniśmy stosować nowoczesne środki promocyjne. Ważne jest, abyśmy mieli dobrą książkę o regionie.

M.Figiel – cieszę się, że do takiego spotkania doszło, na pewno będą nowe idee, państwo wywodzą się z różnych środowisk i jest to dobry czas na dyskusję, bo właśnie jesteśmy na etapie pisania wniosków do nowego Regionalnego Programu Operacyjnego.

Maciej Kochański – samorząd studencki – studenci są dużym środowiskiem, organizujemy ogólnopolską studencką akcję wakacyjną – najchętniej odwiedzane miasto. Byliśmy na spotkaniu z Marszałkiem, organizujemy duże imprezy studenckie i chętnie znajdziemy partnerów do ich realizacji.

A.Sałaci – wróć do turystyki, która jest gałęzią gospodarki. Biura podróży organizują wyjazdy na Ukrainę, do Rosji, na Białoruś. Województwo opolskie jest doskonale usytuowane, przebiega przez nie autostrada A-4. Jako sąsiadów mamy Czechów, Saksonię, Turynię, województwo śląskie z potencjałem 4,5 mln mieszkańców, do którego dojeżdżamy w jedną godzinę i z nimi powinniśmy nawiązać współpracę. Jakie s nasze oczekiwania, co chcemy promować i do kogo kierować promocję, co się działo do tej pory, co nie zadziało, co możemy robić wspólnie z Gmina Opole – określmy plan działań oraz wyzwania i szanse.

K.Zyzik – co jest problemem tego regionu – największym problemem jest to, że ludzie z niego uciekają. Jeśli chcemy przyciągnąć ludzi to musimy wiedzieć, czy ma to być jeden dzień, czy tydzień, czy miesiąc. Jeżeli myślimy o przyciągnięciu młodych ludzi, młode rodziny, to trzeba powiedzieć, że jest tu droga ziemia, są drogie mieszkania. Wszyscy pracujemy na ten cel, trzeba stworzyć system zachęt. Promujemy województwo opolskie jako świetne miejsce na ziemi do życia i zamieszkania i tu widzę dużą rolę dla Opola. Demografia jest u nas problemem numer jeden.

N.Rasch – tym problemem miała się zająć Specjalna Strefa Demograficzna – przyjeżdżajcie, osiedlajcie się - ale jak się okazuje nie jest to takie proste.

A.Sałaci – hasło odwiedź Opolskie – ale musimy wypełnić je treścią.

L.Adamczyk – turystyka - jeżeli chcemy, aby turyści odwiedzali nasz region i żeby tu zostali, to musimy zorganizować to tak, aby mieli po co przyjeżdżać.

A.Kuglarz – byliśmy na Targach w Berlinie, promowaliśmy tam ścieżki rowerowe, jest to nasz produkt turystyczny, natomiast Festiwal Opolski osiągnął już masę krytyczną. Musimy się zastanowić, co chcemy promować, nie potępiałbym filmów promocyjnych, pewną rolę one jednak pełnią.

A.Wiśniewski – nigdy dla wszystkich chętnych nie wystarczy miejsc w amfiteatrze, trzeba szukać we współpracy z Marszałkiem miejsc do promowania miasta i województwa, np. opolskie ZOO jest bardzo tłumnie odwiedzanym miejscem, a reklamy Województwa w nim nie ma, a pewnie powinna być.

B.Kamińska – czasy są takie, że ludzie jeżdżą często, ale na krótko. Za infrastrukturą społeczną podążą biznes.

L.Adamczyk – mieszkańcy województwa śląskiego i dolnośląskiego zarabiają lepiej niż u nas, nie mają wiele czasu, mogą przyjeżdżać na krótko, ale jeżeli przyjadą i spotkają się z bogatą i atrakcyjną ofertą, to może się zastanowią – czy aby nie warto tu zamieszkać.

A.Sałaci – to o czym ja myślę nie jest do końca związane z pieniędzmi, myślę o pięknej opolskiej ceramice, którą trzeba promować, oczywiście Festiwalu, który jest doskonałą okazją do promocji, przyjeżdża wtedy ok. 120 dziennikarzy i powinniśmy mieć dla nich przygotowaną ofertę. Województwo lubelskie wydało na promocję 24 mln zł, mają efekty, my mamy Festiwal i musimy wykorzystać ten czas na promocję regionu.

M.Kochański – czas, w którym odbywa się Festiwal należy wzbogacić, poszerzyć o inne wydarzenia. Wtedy do Opola przyjeżdżają gwiazdy, szukają miejsc na odbycie prób, może to w jakiś sposób wykorzystać.

A.Wiśniewski – my Festiwalu nie promujemy, może Opole i Województwo powinno pomyśleć o wspólnym bilecie na różne imprezy.

K.Cebula – musimy się zastanowić co chcemy promować. Mówi się głośno o ofercie dla seniorów, jest to też możliwość zrobienia biznesu, może wypromować to jako jeden z produktów Opolszczyzny.

H.Kołodziej – powinno być więcej ofert dla młodzieży, a te które są nie mają przełożenia na niższe szczeble samorządów.

K.Zyzik – 120 dziennikarzom przyjeżdżającym na czas Festiwalu można zaproponować podróż po Opolszczyźnie i przedstawić pakiet promocyjny. Wielokulturowość – czy to dla nas szansa, czy zagrożenie, warto to wykorzystać. Mosty Dialogu, Festiwal i Mniejszość Niemiecka są to wyróżniki województwa opolskiego.

A.Wiśniewski – do oferty promocyjnej dodam jeszcze sport. Festiwal nic nie promuje, w tym czasie natomiast miasto oddaje się do dyspozycji. Filharmonia, Teatr Lalek, Uniwersytet itd. są na terenie miasta Opola – otwieram się na propozycje i będę do Was pukał - może 3 - 4 wycieczki tematyczne.

E.Kurek – skupiamy się bardziej na opolu, mówimy dużo o Festiwalu Polskiej Piosenki, ale mamy też inne festiwale – może projekt w Opolskim wszystko gra.

N.Rasch – w dzisiejszej dyskusji dotknęliśmy wierzchołka góry lodowej. Teraz pytanie, czy w tym składzie jesteśmy w stanie spotykać się dalej. Moje doświadczenie z wielu lat pracy w tej Komisji jest takie, że dobre pomysły stąd wychodziły i gdzieś zanikały. Wspólne pomysły łatwiej realizować.

A.Wiśniewski – po tym spotkaniu, po tej dyskusji powinniśmy przejść do konkretów, ująć to w ramy i oczywiście spotykać się dalej, dyskutować i szukać dobrych rozwiązań.

Opracowała  
Jadwiga Moryto

Przewodniczący Komisji  
Norbert Rasch